

CADEIAS CURTAS DE PRODUÇÃO: FEIRAS LIVRES COMO AGENTES DE DESENVOLVIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR

Autoria

Maria Regina Martinazzo - mreginamartinazzo@unochapeco.edu.br

Cleunice Zanella - cleunice@unochapeco.edu.br

Bruna Dal Pozzo - 14brunadalpozzo@gmail.com

Programa de Mestrado na Unochapecó / UNOCHAPECÓ - Universidade Comunitária da Região de Chapecó

Resumo

A presente pesquisa versa sobre o estudo das feiras livres do município de Chapecó (SC), dentro do contexto das cadeias curtas de produção, tendo como objetivo geral, analisar como as cadeias curtas de produção representadas pelas feiras livres, contribuem para o desenvolvimento da agricultura familiar. Analisou-se a representatividade das feiras livres para os agricultores familiares, suas motivações para permanecerem como feirantes e, as razões pelas quais os consumidores efetuam suas compras na feira. Trata-se de um estudo descritivo e de caráter qualitativo, o qual utilizou roteiro de entrevista aplicado ao Gestor Público, aos feirantes e aos consumidores em todos os pontos de feira existentes no município de Chapecó (SC). A partir dos dados da pesquisa, observou-se que a feira livre é importante ponto de venda e a principal fonte de renda para uma parcela significativa de agricultores e, os fatores qualidade e produtos frescos são as principais razões pelas quais os consumidores compram nas feiras. As feiras livres integram os circuitos curtos e aparecem como modalidade de mercado alternativo ao aproximar o consumidor do produtor, ao mesmo tempo em que se apresentam como um importante agente na diversificação de renda para os agricultores familiares e sua permanência nas atividades rurais.

CADEIAS CURTAS DE PRODUÇÃO: FEIRAS LIVRES COMO AGENTES DE DESENVOLVIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR

Resumo

A presente pesquisa versa sobre o estudo das feiras livres do município de Chapecó (SC), dentro do contexto das cadeias curtas de produção, tendo como objetivo geral, analisar como as cadeias curtas de produção representadas pelas feiras livres, contribuem para o desenvolvimento da agricultura familiar. Analisou-se a representatividade das feiras livres para os agricultores familiares, suas motivações para permanecerem como feirantes e, as razões pelas quais os consumidores efetuam suas compras na feira. Trata-se de um estudo descritivo e de caráter qualitativo, o qual utilizou roteiro de entrevista aplicado ao Gestor Público, aos feirantes e aos consumidores em todos os pontos de feira existentes no município de Chapecó (SC). A partir dos dados da pesquisa, observou-se que a feira livre é importante ponto de venda e a principal fonte de renda para uma parcela significativa de agricultores e, os fatores qualidade e produtos frescos são as principais razões pelas quais os consumidores compram nas feiras. As feiras livres integram os circuitos curtos e aparecem como modalidade de mercado alternativo ao aproximar o consumidor do produtor, ao mesmo tempo em que se apresentam como um importante agente na diversificação de renda para os agricultores familiares e sua permanência nas atividades rurais.

Palavras-chave: Cadeias curtas; Agricultura familiar; Feirantes; Consumidores.

1. Introdução

Ao longo da história da humanidade, é possível verificar a estreita relação de comércio existente entre os indivíduos em diversas civilizações que usavam a prática de comercializar o excedente da sua produção alimentar. O ato de trocar mercadorias como atividade comercial, é inerente e constante na história humana (Braz & Pereira, 2018). Inicialmente a comercialização dos produtos acontecia de modo local, com o abastecimento de pequenas vilas, povoados e castelos. No entanto, o crescimento da população, o desenvolvimento da agricultura e a entrada das mulheres no mercado de trabalho, trouxeram agentes intermediários às cadeias de produção (Gazolla, 2019).

Um ritmo mais acelerado de vida demandou novas práticas alimentares urbanas, que provocaram um processo de distanciamento da origem dos alimentos, pois o acesso a produtos industrializados e prontos para o consumo muitas vezes dificultam a identificação dos ingredientes e a sua origem (Proença, 2010).

Com o passar do tempo este sistema alimentar mais concentrado e marcado pela industrialização e pelo desconhecimento da origem dos alimentos, provocou um movimento em prol de iniciativas de abastecimento através de cadeias curtas ou de proximidade (Sage, 2013). Assim, um novo modelo de práticas produtivas vem sendo discutido por consumidores e agricultores, preocupados com uma nova demanda de produção e distribuição alimentar.

Nas últimas décadas o setor alimentar tem observado uma crescente discussão acerca de movimentos que aproximam consumidores e produtores, evidenciando a necessidade de um modo diferente de organizar a produção e o consumo dos alimentos. (Chiffolleau, Millet-Amrani, Rossi, Rivera-Ferre & Merino, 2019).

A declaração da *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (corona vírus da síndrome respiratória aguda grave 2 - SARS-CoV-2), como pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em meados de março deste ano, provocou efeitos econômicos a nível

global, demonstrando a fragilidade da interdependência financeira e alimentar. Os reflexos econômicos e sanitários negativos estão sendo assimilados com medidas governamentais na tentativa de dirimir seus efeitos, gerando debates acerca da desglobalização e do consumo dos produtos locais, um movimento que fortalece as cadeias curtas de comercialização (Mello-Théry; Théry, 2020).

Estudar a relação existente entre a agricultura familiar e o mercado agroalimentar no Brasil é um fenômeno recente e vêm ganhando força, pois as unidades familiares camponesas, contribuem também na geração de emprego e renda, ao ocuparem 85% das propriedades agrícolas do Brasil. Mesmo frente a um cenário desafiador, a agricultura familiar apresenta potencialidades que podem contribuir para o processo de desenvolvimento do país e acerca do uso sustentável dos seus recursos (Schneider & Ferrari, 2015; Bezerra & Schindwein, 2017).

Em Santa Catarina (SC), os agricultores familiares, historicamente, convivem com a robustez do agronegócio e da cadeia convencional de alimentos, especialmente na região Oeste do Estado, onde é forte a presença da agroindústria. Assim, a alternativa encontrada pelas agroindústrias familiares foi sua inserção nas cadeias curtas de comercialização, como por exemplo, entrega à domicílio, compras diretas na propriedade e feiras livres (Schneider & Ferrari, 2015).

As feiras livres são parte das cadeias curtas e aparecem como modalidade de mercado alternativo ao aproximar o consumidor do produtor. Nesta relação de proximidade, acontece a troca de saberes e conhecimentos acerca dos produtos e que pode contribuir para a interação destes atores (Lima & Fontana, 2019).

Atualmente há um crescente movimento de consumidores e agricultores, especialmente em SC, em direção à construção de alternativas de comercialização, a exemplo das feiras. E é dentro do contexto do território das cadeias curtas de produção, que se destaca a relevância em analisar de que forma e em que medida as feiras livres são capazes de se apresentar como alternativas para desenvolvimento dos agricultores familiares do município de Chapecó (SC).

Considerando o cenário apresentado, o objetivo geral deste estudo é analisar como as cadeias curtas de produção, representadas pelas feiras livres, contribuem para o desenvolvimento da agricultura familiar. Da mesma forma, analisa-se a importância das feiras livres para os agricultores, suas motivações para permanecerem como feirantes e as razões pelas quais os clientes decidem comprar nas feiras.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para maior clareza na resolução do objetivo proposto, será abordado nesta seção, o referencial teórico que versa sobre o significado das cadeias curtas, seguido por um breve histórico da agricultura familiar e sua natureza produtiva, bem como, a discussão acerca da sua interrelação com a manutenção das feiras livres enquanto espaço cultural e de comércio alternativo, diante dos desafios da contemporaneidade.

2.1 Cadeias produtivas curtas e sua relação com as feiras livres

O aumento da demanda por alimentos provocou um movimento especulativo em torno da sua comercialização a nível global. A partir deste novo viés do mercado agroalimentar, distancia-se a figura do agricultor da produção (Braz & Pereira, 2018). Por outro lado, há uma crescente demanda por uma alimentação mais confiável, onde consumidores se aproximam dos produtores de forma relacional e geográfica contrariando as cadeias longas de suprimento e da necessidade de novas formas de organizar produção e consumo (Chiffolleau *et al.*, 2019).

As cadeias curtas alimentares aproximam geograficamente e socialmente os agricultores dos consumidores, sob o viés da qualidade alimentar e da interação territorial, pois, reduzem as distâncias e o número de agentes intermediários (Gazolla, 2019). Dentro do sistema das cadeias curtas de abastecimento alimentar, estão inseridos agentes voltados para os processos de

produção, transformação, distribuição e de consumo, engajados em um movimento alternativo, que objetiva aproximar produção e consumo, sendo uma das formas mais tradicionais de comercialização (Pozzebon, Rambo & Gazolla, 2018).

Para Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), nas cadeias curtas, as vendas ocorrem por meio de venda direta (o consumidor compra diretamente do produtor) e venda indireta (por meio de um único intermediário, tais como, cooperativas e associações). Segundo Fantini *et al* (2018), essas cadeias permitem melhor remuneração para quem produz e um valor mais justo para quem compra, promovendo, ainda, desenvolvimento local e geração de emprego bem como a oportunidade de estabelecer uma relação de lealdade com os consumidores.

Como modalidade alternativa de mercado, as feiras livres propiciam interações de proximidade e de troca de saberes, ao configurar um espaço em que o ato de comprar alimentos é ressignificado ao aproximar diferentes atores (Lima & Fontana, 2019), potencializando a dinâmica das cadeias curtas e contribuindo no desenvolvimento da agricultura familiar (Rambo, Pozzebon & Von Dentz., 2019).

Da produção até a entrega para o consumidor final, os produtos percorrem caminhos distintos e perpassam por transformações diversas que agregam valor. No entanto, quando o produtor transaciona diretamente com o consumidor, este caminho é abreviado, formando os circuitos curtos de comercialização. Neste cenário, a feira livre pela sua capacidade de desenvolver um território e por propiciar uma maior circulação de renda, aparece como ator principal nos canais curtos de abastecimento agroalimentar (Pozzebon *et al.*, 2018).

As redes alimentares alternativas (*alternative food networks-AFNs*), como são conhecidas na literatura internacional, são diversificadas e percebidas como alternativas ao modelo agroalimentar industrial atual (Darolt, Lamine, Brandenburg, Alencar & Abreu, 2016), um movimento que se contrapõe ao princípio de distância e de padronização dos sistemas alimentares contemporâneos (Lamine, Garçon & Brunori, 2019). Contudo, os modelos convencional e alternativo coexistem, formam uma rede e convivem em um mesmo espaço econômico (Cassol & Schneider, 2015).

Os mercados convencionais, inúmeras vezes são relacionados às cadeias globais de *commodities* conduzidas por empresas transnacionais que não possuem vínculo de localidade. Por sua vez, os mercados alternativos são relacionados ao território e em relações diretas entre vendedores e compradores e estão inseridos na lógica das cadeias curtas ao promover a construção de sociorelações enraizadas (*embedded*), ao conectar o local com sua tradição, origem e modo de produção, construindo assim, relações de confiança mútua entre quem compra e quem vende (Antunes Junior, Soares, Silva, Marjotta-Maistro, & Montebello, 2019).

As AFNs, são reconhecidas por reconectar produção e consumo, dinamizar mercados locais, trazer produtos de qualidade diferenciada e ainda, estabelecer uma relação de cooperação entre produtor e consumidor. Os sistemas alternativos de comercialização de produtos utilizam formas de venda direta, tais como: feiras do produtor, vendas na propriedade, entrega de cestas, pequenas lojas de produtores; e vendas para a alimentação escolar, através de programas institucionais (Darolt *et al.*, 2016; Darolt *et al.*, 2013).

2.2 O contexto histórico da agricultura familiar e sua natureza produtiva

O termo agricultura familiar não é novo, porém, seu uso é recente e sua base conceitual distingue-se por seu significado histórico, pois resulta de transformações vivenciadas pelo desenvolvimento das sociedades capitalistas. A origem da agricultura familiar brasileira está fortemente ligada à trajetória dos grupos indígenas, africanos, mestiços, brancos não herdeiros e imigrantes europeus. Este mosaico étnico, historicamente, sempre esteve à margem do modelo de desenvolvimento do Brasil, marcado por relações de cunho capitalista e feudal (Altafin, 2007).

No contexto brasileiro, enquanto categoria social, o agricultor familiar é resultado de ações conjuntas articuladas entre movimentos sociais, sindicalismo rural, academia e Estado (Antunes Junior *et al.*, 2019). Desta forma, torna-se imperativo reconhecer a agricultura familiar como grupo social recente e, o que era considerado um modo de vida, passa a ser percebido como profissão e um modo de trabalho pela sociedade contemporânea, mas sem romper com os fundamentos relacionados com a família, a propriedade e o trabalho (Santos, Siqueira, de Araújo & Maia, 2014).

O estudo de Abreu e Pezarico (2019), aponta que 70% dos alimentos consumidos mundialmente são produzidos pelo agricultor familiar, considerado assim, ator principal no cenário de produção alimentar na modernidade.

De acordo com o Censo Agropecuário de 2017, realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), no Brasil, 77% dos estabelecimentos agrícolas pertencem a agricultura familiar e geram em torno de 10 milhões de postos de trabalho, ocupando 23% do total da área dos estabelecimentos agropecuários existentes no país (Brasil, 2019). Além disso, a agricultura familiar brasileira é a base econômica de 90% dos municípios com até 20 mil habitantes, produzindo renda para 40% da população economicamente ativa do país (MDA, 2018).

De acordo com a Lei Federal nº 11.326, para ser considerado agricultor familiar, é necessário atender a critérios, como: (i) ter área de terra não maior do que quatro módulos fiscais; (ii) as atividades econômicas desenvolvidas na propriedade, deverão ser exercidas por membros da família e, (iii) a renda obtida das atividades econômicas na propriedade, precisa ter um percentual mínimo estabelecido pelo Poder Executivo (Brasil, 2006).

A partir da Constituição de 1988, há um novo contexto para a agricultura familiar, devido à ações efetivas, como: (i) a criação, em 1995, do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF); (ii) em 1999 foram constituídos o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e a Secretaria da Agricultura Familiar (SAF); (iii) e em 2006 a Lei da Agricultura Familiar foi regulamentada.

As feiras livres são a mais importante via de comercialização dentro das cadeias curtas de produção (Leite & Teles, 2020) e fomentam a diversificação das propriedades rurais, sendo relevantes no fornecimento de alimentos à população e no desenvolvimento socioeconômico local (Vale, Santana, de Souza & Bottega, 2020).

2.3 A sucessão na agricultura familiar para a manutenção das feiras livres

A discussão acerca da sucessão rural é tema recorrente no meio acadêmico e no meio agrícola, e seu debate é marcado pela complexidade (Breitenbach & Troian, 2020), na medida em que discutir a transferência intergeracional das propriedades rurais, implica em questões de desenvolvimento e da sustentabilidade da agricultura global (Leonard, Kinsella, O'Donoghue, Farrell & Mahon, 2017; Zou, Mishra & Luo, 2018).

Segundo Breitenbach e Troian (2020), as jovens agricultoras tendem a deixar o campo e migrar para a cidade de forma mais precoce do que os rapazes agricultores, o que contribui para o fenômeno da masculinização dos jovens que permanecem no campo. De acordo com as autoras, fatores como penosidade das atividades e a não valorização das tarefas realizadas por elas, provocam sua despretensão em permanecer no meio rural. Mello *et al* (2003) destacam que as jovens agricultoras demonstram sua preferência para casamentos com sujeitos oriundos do meio urbano e observam o desinteresse das moças pela agricultura devido à inexpressiva participação nas tomadas de decisão e pelas dificuldades dos afazeres inerentes à atividade.

2.4 Expectativas dos consumidores das feiras livres

O espaço feira livre dinamiza cadeias curtas de comercialização e é palco democrático, pois permite a interação de atores oriundos das mais diversas classes sociais e econômicas que

valorizam produtos tradicionais e locais. Criar espaços que consolidam as relações face a face dá oportunidade para que o consumidor construa laços de amizade e de confiança, pois pode-se perceber, na atualidade, um crescente movimento em torno de alimentos mais próximos da saudabilidade e de origem conhecida (Specht, Blume, Von Ende & Souza, 2019).

O estudo de Fante, Gallina, Confortin & Lutinski (2020), evidencia a preferência dos consumidores por feiras livres para efetuar compras semanais de produtos frescos e pelos atributos simbólicos encontrados neste local. Segundo os autores, o consumidor da feira tem na agricultura familiar uma referência do que é tradicional, ao mesmo tempo em que valoriza o trabalho dos pequenos produtores.

O sistema agroalimentar moldado nas últimas décadas, é marcado pelo distanciamento de quem produz e de quem consome. As práticas alimentares atuais estão moldadas em torno da facilidade de transporte, evolução tecnológica, dos processos de conservação e da circulação dos alimentos entre países. Contudo, diante desta realidade, têm surgido discussões éticas acerca da produção e consumo, norteadas pela tradição, cultura, tipicidade e origem dos alimentos, com o objetivo de resgatar a confiança do consumidor e de reconhecer o alimento para além de uma simples mercadoria (Proença, 2010; Triches & Schneider, 2015).

Observa-se que os consumidores estão mais atentos às qualidades intrínsecas dos produtos, como aspectos sociais e culturais, em detrimento das preferências padronizadas (Ferrari, 2011). Neste cenário, percebe-se que os conceitos acerca de consumo consciente e responsável influenciam a decisão da compra e fazem do consumidor um elo importante entre produtores e meio ambiente (Dorneles, Junior, Corso & da Silva Cezar, 2019).

3 METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa qualitativa com enfoque descritivo, interpretativo e do tipo *Survey* quanto aos procedimentos. O presente estudo procurou explorar as feiras livres enquanto agentes que integram as cadeias alternativas de comercialização, ao mesmo tempo, em que são importantes espaços socioeconômicos, onde produtores e consumidores efetuem transações econômicas de forma direta resistindo frente às modificações ocorridas ao longo da história e, possibilita trocas materiais e imateriais para a agricultura familiar.

Esta investigação foi desenvolvida em todos os pontos de feira existentes e em funcionamento atualmente na cidade de Chapecó. No momento na pesquisa as feiras aconteciam semanalmente nos seguintes bairros: Bela Vista, Centro, Condomínio Bem Viver, Cristo Rei, Efapi, Presidente Médice, Parque das Palmeiras, São Cristóvão e Santo Antônio.

O primeiro espaço destinado a feira livre de produtos coloniais e agropecuários de Chapecó surgiu em 1991 na área central da cidade e envolvia 6 famílias de produtores. De lá para cá as unidades se multiplicaram e, atualmente, ocorrem em 10 pontos do perímetro urbano, sendo duas delas no centro da cidade e as demais distribuídas nos bairros. As feiras livres possuem 101 boxes ocupados por 64 feirantes, envolvendo de forma indireta 130 famílias na produção primária e processamento dos produtos coloniais (Chapecó, 2019).

A amostra envolveu os seguintes elementos: (i) Gestor Público, aqui representado pelo servidor pertencente à Secretaria de Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente (SEDEMA); (ii) feirantes agricultores entrevistados nos locais e nos dias específicos em que acontecem as feiras livres, de acordo com sua disponibilidade de tempo e de participar deste estudo; e (iii) consumidores que concordaram em responder de forma presencial e pela plataforma *google docs*. Houve necessidade de utilização de meio eletrônico para coleta dos dados, em função da paralisação das atividades e isolamento social, práticas impostas pela pandemia da SARS-CoV-2, vividas no momento da pesquisa.

Os dados foram obtidos a partir de formulário de entrevista com perguntas abertas ao Gestor Público, roteiro de entrevista semiestruturado aos feirantes expositores e aos consumidores e frequentadores das feiras. A coleta de dados ocorreu de dezembro de 2019 até

abril de 2020. Foram entrevistados 34 feirantes e 85 consumidores, nos dias e nos locais onde as feiras livres acontecem.

Considerando a natureza qualitativa deste estudo, e com o objetivo de responder ao problema proposto, os dados coletados foram analisados a partir da técnica de análise de conteúdo, em consonância com o recomendado por Bardin (2015). As respostas obtidas, foram segregadas, em que o tratamento dos dados foi elaborado, considerando o anonimato dos respondentes e, os mesmos serão identificados na discussão dos resultados, por meio de letras que evidenciam as respostas.

No presente estudo, a análise dos dados teve início com o auxílio do programa Microsoft Excel®, onde foi formado um banco único de informações. A partir de então, as informações foram categorizadas de acordo com os grupos e em conformidade com os blocos de perguntas descritos nos roteiros de entrevista aplicados. A seguir, foi necessário confrontar a fundamentação teórica com os dados obtidos para a construção de inferências consistentes acerca dos objetivos assumidos pela presente pesquisa e da mesma forma, procurar responder de forma adequada ao problema proposto.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apresenta-se nesta seção, os resultados obtidos através das respostas do roteiro de entrevista aplicado junto ao gestor público, aos feirantes e consumidores das feiras livres da cidade de Chapecó (SC).

4.1 Histórico e caracterização das feiras livres da cidade

O município de Chapecó foi fundado em 25 de agosto de 1917, possui uma área de 626,057 km² e está localizado na região Oeste de SC. Sua população está estimada em 220.367 habitantes, a quinta maior do estado e registra o sexto Produto Interno Bruto (IBGE, 2019). O município destaca-se pela sua relevância na agroindústria e como polo econômico e cultural da região (Sebrae, 2018).

Diante do contexto de não poder pertencer ao sistema de integração, a diversificação minimiza tais efeitos e a comercialização de produtos coloniais passa a ser uma alternativa de renda dos agricultores, muito embora, esta prática já ocorria de modo informal (Dorigon, 2010), fortalecendo o conceito de feira livre na região. Conforme apontado pelo técnico responsável pela gestão das feiras, estas constituem uma modalidade comercialização onde o maior intuito é ligar, diretamente, o produtor ao consumidor. As feiras também provêm mais de 50% da renda para a maioria das famílias feirantes.

Em 1991 surgiu a primeira feira livre na região central da cidade e havia menos de uma dezena de famílias participantes. O gestor público entrevistado relata que as feiras aconteciam ao lado do estádio, envolvendo em torno de 7 famílias. Segundo ele, algumas famílias feirantes fazem mais de um ponto de feira e tem produtos de ordem animal, vegetal e panificados. Atualmente, as feiras ocorrem em 10 diferentes pontos, distribuídos entre a área central da cidade e bairros, possuem 104 boxes ocupados por 64 feirantes e envolve de forma indireta cerca de 130 famílias, da produção até o processamento dos produtos coloniais. As feiras livres movimentam em torno de meio milhão de reais em vendas mensais, promovendo assim, geração de emprego e renda (Chapecó, 2019).

A feira de produtos coloniais e agroecológicos de Chapecó é uma tradição de longa data, faz parte da história local e surgiu como projeto público para a agricultura familiar, em 1997, a partir de uma parceria entre a SEDEMA e o poder público. A prefeitura Municipal de Chapecó através da SEDEMA, oferece aos agricultores programas e estabelece parcerias técnicas de ordem sanitária, boas práticas de manejo e acompanhamento social, com o intuito de implementar ações efetivas na direção da agroecologia, ou seja, práticas que consideram minimizar os impactos sobre o meio ambiente (Chapecó, 2019).

A partir de 2018, as feiras livres passaram por uma nova regulamentação através de um Projeto de Lei cujo objetivo é a organização formal da ocupação dos espaços e na implementação de boas práticas de manipulação dos alimentos. Até então, quando havia a liberação de um box de venda, sua ocupação era decidida pela SEDEMA e APROFEC (Associação dos Produtores Feirantes de Chapecó) de forma conjunta. A nova Lei propõe a abertura de editais para que o processo ocorra de forma transparente e equitativa.

De acordo com o Poder Executivo municipal (Chapecó, 2018), o agricultor vai se enquadrar nas regras que o Ministério Público estipular, o que é necessário para que se atinja o que o princípio da eficiência e transparência na administração pública impõe. É relatado ainda, que com o crescimento da cidade, também cresce o interesse do agricultor em vender seus produtos de forma direta. Tal forma de comércio beneficia o agricultor, a cidade e o consumidor que acessa produtos de qualidade a um preço menor.

Ademais, as feiras livres da cidade de Chapecó, apresentam-se como reflexo do processo de desenvolvimento das comunidades rurais do município e integram as famílias no contexto de aproximar produção e consumo. Neste contexto, os produtores percebem a feira livre como um canal vantajoso para escoar seus produtos (Fante *et al.*, 2020). Por outro lado, em todos os produtos comercializados há um conhecimento tácito, um saber empírico, que perpassa muitas vezes por gerações, compartilhado no espaço feira livre.

4.2. Reconhecendo o produtor feirante

De acordo com dados obtidos no início desta pesquisa, pode-se verificar que no ano de 2019 havia a participação de 64 famílias no programa de feiras de produtos coloniais e agroecológicos de Chapecó. Deste número, 39 famílias, atendem aos requisitos de agricultor familiar de acordo com a Lei 11.326 do ano de 2006. Assim, 34 destas famílias que atuam nos 10 pontos de feira existentes na cidade, aceitaram participar deste estudo.

A partir dos dados obtidos na pesquisa, pode-se observar que as atividades de produção e de comercialização das famílias agricultoras acontecem a partir de quatro grandes áreas demonstradas na Tabela 1.

TABELA 1 – Tipos de atividade, faturamento mensal e número de famílias

Área de Atividade	Número de famílias
PAN – Panificados	5
PER – Plantas e Ervas	1
POA - Produtos de Origem Animal	10
POV - Produtos de Origem Vegetal	18
Total	34

Fonte: adaptado de Corona *et al.* (2018).

Nos dez pontos de feira existentes no município, a maioria das famílias (52,94%) está envolvida na produção e comercialização de verduras, legumes, doces, frutas e tubérculos, e uma minoria (2,94%) comercializa PER (plantas ornamentais, ervas e temperos). O mesmo é observado por Leite e Teles (2020) Vale *et al.* (2020) nas feiras de produtos agroecológicos nas quais frutas e hortaliças são os produtos mais vendidos.

A diversificação de atividades é prática dos feirantes de Chapecó e gera emprego e renda no meio rural, pois além de envolver os familiares na produção, 38% dos agricultores relatam contratar de 1 a 8 funcionários, geralmente, com contrato regular de trabalho. Neste contexto, a força do trabalho da família fica evidente e é responsável junto com o feirante pelo cultivo, produção e venda dos alimentos, o que faz da feira livre um negócio familiar.

Quanto aos motivos que os levam a participar e permanecer na feira, 53% dos feirantes afirmam que sua principal fonte de renda advém dos produtos comercializados na feira e, para

47%, a feira contribui como renda extra para a família. Demonstra-se, assim, a importância econômica das cadeias curtas para o sustento da agricultura familiar. Para Rambo *et al.* (2019), as cadeias curtas contribuem para o desenvolvimento rural e destacam ainda sua relevância econômica, quando constituem alternativa de renda às famílias agricultoras.

Muitos feirantes evidenciam que o volume de vendas, melhor preço do mercado, oferecer produto de qualidade, “*amar o que faz*” e “*socializar com o pessoal*” [feirantes] são elementos que os motivam a persistir na comercialização. Contudo, destaca-se que, para a maioria dos entrevistados, a feira é descrita como um importante ponto de venda para o pequeno produtor. Desta forma, as cadeias curtas são percebidas pelas famílias agricultoras como um espaço de comercialização que oportuniza ganhos sociais e econômicos, e cria espaço para fortalecer laços entre o rural e o urbano.

Em relação a possíveis dificuldades em ser feirante, 53% relatam estar totalmente satisfeitos. Para 47% existem alguns fatores descritos como limitadores, porém não são impeditivos para sua permanência e prática de comercialização na feira. Foram citados como fatores limitadores: impactos econômicos do Covid-19 no poder aquisitivo da população, custos relacionados a transporte, burocracia para a comercialização de produtos processados de modo legalizado, concorrência dos supermercados e mão de obra para trabalho na propriedade e/ou comercialização na feira.

Mesmo diante das adversidades enfrentadas em seu cotidiano, os feirantes persistem e reconhecem a importância da sua atividade, traduzida em comentários como: “*É gratificante está aqui*”, “*gosto muito do que faço*” e “*com trabalho tudo é possível na vida, aqui me sinto livre*”.

4.3 Perspectiva de sucessão nas propriedades rurais dos agricultores feirantes

Mesmo com o envolvimento de jovens agricultores nas feiras, o estudo de Foguesatto *et al.* (2020), sinaliza para a diminuição da população rural e a relaciona com a incerteza do futuro da agricultura. De acordo com dados do Censo Agropecuário de 2017, a população rural brasileira entre 30 e 60 anos, é representada por 60% dos agricultores e por outros 34% com mais de 60 anos (IBGE, 2019).

Em relação a idade dos feirantes, verificou-se que 9% deles têm entre 20 e 30 anos, 20% dos entrevistados possuem idades entre 30 e 40 anos, 17% deles têm entre 40 e 50 anos, 23% têm idade entre 50 e 60 anos e 29% dos feirantes estão na faixa entre 60 e 75 anos.

Assim, observa-se o envelhecimento desta população, trazendo à tona a discussão acerca da permanência da agricultura familiar e a questão da sucessão nas propriedades rurais. Percebeu-se que a sucessão familiar é tema recorrente entre os feirantes de Chapecó, pois 32% deles afirmam que existe intenção de seguir com a atividade e 68% afirmam não existir a figura de um familiar sucessor. Quando indagados sobre o futuro da propriedade e se existe algum familiar que queira permanecer no campo, é perceptível sua preocupação quando dizem que os filhos buscam profissões alternativas e não querem permanecer no campo.

Estes números impactam de forma direta na continuidade das feiras livres, pois do grupo pesquisado, 11 famílias afirmam ter um sucessor e 23 delas dizem não haver integrante da família com a intenção de permanecer na atividade rural. Os achados de Kruger *et al.* (2018), evidenciam que a continuidade dos estabelecimentos rurais depende do processo de sucessão. Todavia, as famílias que visualizam a intenção de um sucessor, evidenciam nas falas a percepção da necessidade de “*mais estudo*”, “*se organizar melhor*”, “*mais divulgação*” e “*investir em cursos*”.

Quanto à escolaridade, 32% possuem o ensino fundamental incompleto enquanto 8% dos feirantes têm o ensino fundamental completo. Salienta-se que 20% dos feirantes possuem ensino superior completo ou incompleto, justificado pelas afirmações de alguns feirantes de que o estudo é importante para aprender novas técnicas de produção, lidar com dificuldades

climáticas, aprender sobre a aplicação de técnicas como a hidroponia e uso de novas tecnologias. Percebe-se uma mudança no perfil do feirante tradicional: pois aquele homem simples, de origem campesina está percorrendo o caminho da qualificação.

4.4 O ator consumidor e suas expectativas acerca das feiras livres

Através dos produtos adquiridos nas feiras livres, os consumidores podem resgatar sua história, suas raízes e sua memória de sabor. Os produtos coloniais e artesanais têm estreita relação com a história do município de Chapecó em função da sua colonização e são preferência dos consumidores que frequentam as feiras. O universo da pesquisa contou com a participação de 85 consumidores dos diversos pontos de feira e, ficou evidenciado que os locais de maior movimento são os pontos da área central da cidade.

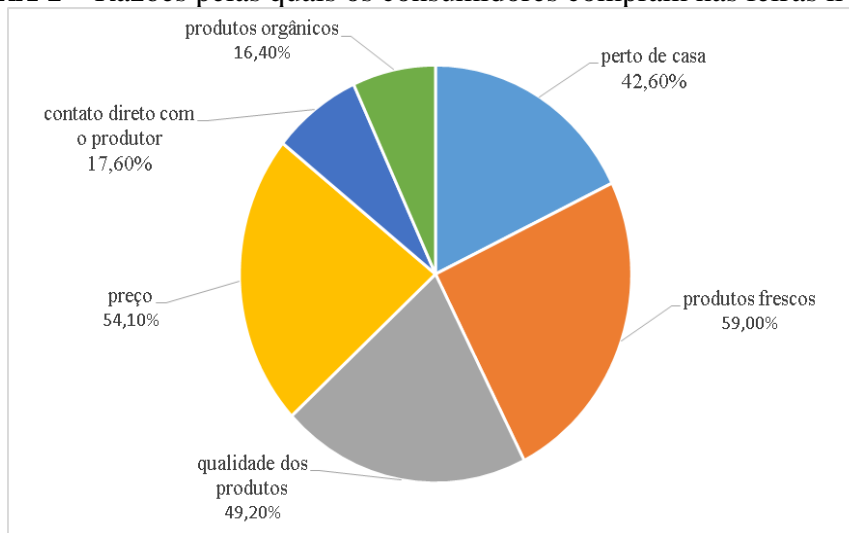
Do total dos respondentes 59% são do gênero feminino e 41% do gênero masculino. A faixa etária com maior prevalência está entre 30 e 60 anos de idade, 60% dos consumidores das feiras. A escolaridade da maior parte dos consumidores é ensino superior com 39,30% dos respondentes, seguida pelo ensino médio com o percentual de 37% dos pesquisados.

Todos os consumidores pesquisados são escolarizados e este fato pode ser explicado pela escolaridade característica da população geral de Chapecó e justificado por Fante *et al.* (2020), quando relacionam o grau de escolaridade como um fator que pode explicar a presença dos consumidores que na feira alimentos minimamente processados. Todavia, Ferrari (2011) relaciona a crença do consumidor que acredita na qualidade intrínseca dos produtos comprados nas feiras. O alto nível de escolaridade dos consumidores é evidenciado também no estudo de Dorneles *et al.* (2019), quando identificaram que 29% dos seus entrevistados possuíam pós-graduação, seguidos de 22% com ensino superior completo.

Quanto à faixa etária, percebeu-se que 25,88% dos consumidores estão com idade entre 30 e 40 anos, 17,64% de 40 a 50 anos, 21,17% acima de 60 anos. Um percentual significativo de consumidores está na faixa etária dos 18 aos 30 anos, cerca de 35%. Número semelhante, foi encontrado por Specht *et al.* (2019), em um estudo acerca do consumidor da Polifeira que acontece no campus da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Um indicativo de que a presença de jovens tenha relação com o local da feira, a considerar que este estudo entrevistou consumidores no ponto de feira do Bairro Efapi, onde está localizada 1 universidade e é o maior bairro em número de habitantes do município.

Feirantes e consumidores consolidaram desde 1990 uma relação permeada por confiança e de corresponsabilidade acerca dos serviços e produtos deste ambiente (Corona *et al.*, 2018). Na Figura 1 apresentam-se as principais razões pelas quais os consumidores de Chapecó adquirem seus produtos nas feiras livres.

FIGURA 1 – Razões pelas quais os consumidores compram nas feiras livres de Chapecó



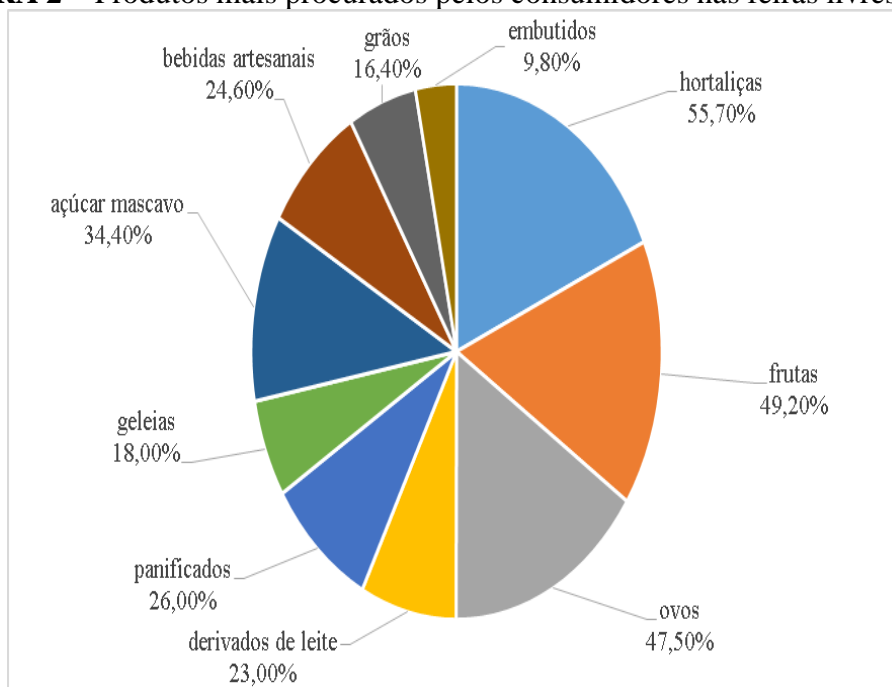
Fonte: dados da pesquisa (2020).

No que tange às razões indicadas pelos consumidores para fazerem suas compras na feira, a oferta de produtos frescos prevalece (59%). As variáveis preço e qualidade figuram dentre as principais, com 54% e 49% respectivamente. Outro fator que motiva o consumidor é a localização da feira, para 42% deles a proximidade de casa é determinante. Uma minoria (17,6%) afirma que o contato direto com o produtor é motivador e 16,4% são motivados pelos produtos orgânicos. Durante as entrevistas, os consumidores destacaram “os produtos são frescos”; “de qualidade”; “de sabor” como os principais motivos que os levam a comprar na feira, deixando claro a existência da intangibilidade atribuída às suas preferências.

É crescente o número de consumidores preocupados com a qualidade dos alimentos e com os seus efeitos sobre a sua saúde. Assim, as feiras são percebidas pelos seus frequentadores como um espaço onde têm acesso a alimentos diferenciados e relacionados com a tradição local (Specht *et al.*, 2019). A feira livre representa a diversidade das relações sociais, a exemplo da solidariedade e de estreitos laços afetivos, o que as torna objeto de preferência dos consumidores (Fante *et al.*, 2020).

Quando perguntados sobre quais produtos costumam comprar nas feiras, verificou-se que 74% dos consumidores frequentam as feiras para comprar frutas e hortaliças, por sua vez os de menor procura cerca de 9%, estão inseridas as carnes suína, aves e peixes e os cogumelos. Na figura 2, estão representados os produtos mais procurados nas feiras.

FIGURA 2 – Produtos mais procurados pelos consumidores nas feiras livres de Chapecó



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Verificou-se também a preferência por alimentos que mesmo passando por algum tipo de processamento, não perdem sua conotação artesanal, a exemplo do açúcar mascavo, das geleias, suco de laranja e caldo de cana, que figuram entre os mais procurados. Em relação a forma como os produtos são disponibilizados pelos feirantes, os entrevistados têm preferência pelos produtos vendidos em maços, a exemplo dos folhosos (49,20%) e produtos embalados (54%), como a mandioca, vendida descascada, cortada e embalada.

Os mercados alternativos estão em construção e sua base está na agricultura familiar que pela policultura, contribui para a consolidação dos mercados de proximidade, atendendo às demandas dos consumidores com práticas que consideram o saber dos produtores e a história

local (Pozzebon *et al.*, 2018).

5 CONCLUSÕES

O objetivo geral deste estudo foi analisar como as cadeias curtas de produção representadas pelas feiras livres, contribuem para o desenvolvimento da agricultura familiar no município de Chapecó (SC). As informações aqui apresentadas permitem a compreensão de que a feira livre é um importante espaço de comercialização para as famílias agricultoras e contribui para sua autonomia e autossuficiência. A importância das feiras está para além dos aspectos econômicos, pois demonstra ser capaz de preservar o modo de vida e os saberes tradicionais das famílias agricultoras, fortalecendo os laços entre o rural e o urbano.

As feiras livres do município de Chapecó apresentam-se como reflexo do processo de desenvolvimento das comunidades rurais e integram as famílias no contexto de aproximar produção e consumo. Desde seu início, o espaço feira livre sofreu modificações e adaptações, desde aspectos legais de governança, até o número de pontos e de famílias feirantes que foram gradativamente aumentando e se consolidando ao longo de quase três décadas.

Observou-se que os agricultores familiares feirantes, em sua maioria, são indivíduos mais maduros e verificou-se uma minoria de jovens feirantes. Em relação a escolaridade dos feirantes, constatou-se que o baixo nível escolar é incomum e demonstra que o ensino médio completo ou incompleto e nível superior concluído ou não, compõem o perfil da maioria do grupo pesquisado. No entanto, dentre as famílias que possuem sucessor, é visível a interpretação de que o desenvolvimento da propriedade rural e a continuidade das atividades perpassam pela maior escolaridade e qualificação dos indivíduos.

A presença da diversificação é estratégia adotada pelas famílias produtoras para melhorar sua renda, uma vez que buscam alternativas para agregar valor aos seus produtos. O cultivo e produção dos feirantes têm a função de contribuir para sua subsistência ao mesmo tempo em que sua comercialização representa a principal fonte de renda para 52% das famílias agricultoras e como renda extra para as demais. O espaço proporcionado pela venda direta dá ao feirante a oportunidade de comercializar o que produz, ao mesmo tempo em que gera emprego e renda aos familiares e também a indivíduos fora do seu núcleo.

Ao adquirir produtos nas feiras livres, os consumidores trazem à tona sua história, suas raízes e sua memória de sabor. Os produtos coloniais e artesanais são preferência dos consumidores que frequentam as feiras e observou-se que buscam encontrar produtos frescos, saudáveis, minimamente processados e próximos do local onde residem. O público consumidor das feiras é composto na sua maioria por mulheres, acima de 40 anos e com ensino superior completo ou incompleto, em sua maioria.

As relações de proximidade acontecem através da venda aos consumidores que junto aos agricultores familiares são protagonistas no cenário das feiras livres. A relação existente entre estes atores não se faz somente pelo viés econômico, perpassa por uma dinâmica de troca de saberes e de valores, permeada por confiança e corresponsabilidade consolidados ao longo do tempo.

Como limitações deste estudo, é necessário destacar que os demais canais alternativos de venda acessados pela agricultura familiar não foram abordados e também não considerou a interpretação e a percepção de instituições como a Associação dos Pequenos Produtores do Oeste Catarinense – APACO e APROFEC, acerca da importância das feiras livres para as famílias produtoras. A pandemia vivida desde março de 2020 foi limitadora, principalmente em relação ao número de consumidores respondentes desta pesquisa.

Sugere-se para estudos futuros, identificar quais fatores poderiam dificultar a permanência do jovem agricultor no meio rural e, quais indicadores ou situações os fariam permanecer no campo. Outrossim, estudar a percepção dos jovens agricultores em relação a feira livre como alternativa de renda e como construção de um projeto de vida, e investigar se

a pandemia impactou o comportamento e as vendas dos feirantes nas cadeias curtas e as possíveis mudanças acerca do perfil dos consumidores das feiras livres pós SARS-CoV-2.

Referências

- Bardin, L. (2015). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bezerra, G. J., & Schlindwein, M. M. (2017). Agricultura familiar como geração de renda e desenvolvimento local: uma análise para Dourados, MS, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, 18(1), 3-15.
- Brasil. *Lei n. 11.326, de 24 de julho de 2006*. (2006). Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Brasília: Senado Federal. Recuperado de <http://legis.senado.leg.br/norma/572111/publicacao/15732147>
- Braz, M. I. & Pereira, M. C. de B. (2018). Circuitos alimentares de proximidade: conceitos, definição e práticas. *Revista de Geografia (Recife)*, 35(3), 117-133.
- Breitenbach, R., & Troian, A. (2020). Permanência e sucessão no meio rural: o caso dos jovens de Santana do Livramento/RS. *Ciências Sociais Unisinos*, 56(1), 26-37.
- Cassol, A., & Schneider, S. (2015). Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. *Lua Nova: revista de cultura e política*, (95), 143-180.
- Chapecó. Prefeitura Municipal. *Feiras municipais*. (2019). Disponível em: <https://web.chapeco.sc.gov.br/noticia/1538>
- Chapecó. Prefeitura Municipal. *Plano de Desenvolvimento Rural, 2015*. Disponível em: <https://web.chapeco.sc.gov.br/documentos/Sedema/Plano+de+Desenvolvimento+Rural.pdf>
- Chiffolleau, Y., Millet-Amrani, S., Rossi, A., Rivera-Ferre, M. G., & Merino, P. L. (2019). The participatory construction of new economic models in short food supply chains. *Journal of Rural Studies*, 68, 182-190.
- Darolt, M. R., Lamine, C., & Brandenburg, A. (2013). A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Revista Agriculturas*, 10(2), 8-13.
- Dorigon, C. (2010). O mercado informal dos produtos coloniais da Região Oeste de Santa Catarina. *V ENEC-Encontro Nacional de Estudos do Consumo*, 15-17.
- Dorneles, F. M., Junior, P. V. C., Corso, K. B., & da Silva Cezar, B. G. (2019). “HOJE É DIA DE FEIRA!”: ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO EM UMA FEIRA LIVRE BRASILEIRA. *Desafio Online*, 7(3).
- Fante, C., Gallina, L. S., Confortin, F. G., & Lutinski, J. A. (2020). Perfil e preferências dos consumidores de produtos em feiras livres na cidade de Chapecó (SC). *Saúde (Santa Maria)*, 46(1).

- Fantini, A.; Rover, O. J.; Chiodo E. *et al.* (2018). Agroturismo e Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos Orgânicos na Associação “Acolhida na Colônia” - SC/Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 56(3), 517-534.
- Foguesatto, C. R., de Vargas Mores, G., Kruger, S. D., & Costa, C. (2020). Will I have a potential successor? Factors influencing family farming succession in Brazil. *Land Use Policy*, 97, 104643.
- Gazolla, M. (2019). O papel do estado e das políticas públicas para construção de cadeias curtas agroalimentares no Brasil. *Informe Gepec*, 23(2), 102-120.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Agropecuário*. (2019). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>
- Antunes Junior, W. F., Soares, D. R., Silva, B. A., Marjotta-Maistro, M. C. & Montebello, A. E. S. (2019). Agricultura familiar, mercado e agroecologia: cabem todos na mesma cesta?. *Nucleus*, 16(2).
- Kruger, S. D., da Silva, M. A. L., de Vargas Mores, G., & Petri, S. M. (2018). Fatores determinantes para a sucessão familiar em estabelecimentos rurais da região oeste de Santa Catarina. *Extensão Rural*, 25(4), 57-70.
- Lima, R. D. S., & Fontana, A. P. C. (2019). As feiras da agricultura familiar como território de práticas alimentares e sociabilidades. *Redes (St. Cruz Sul, Online)*, 24(3), 75-100.
- Lamine, C., Garçon, L., & Brunori, G. (2019). Territorial agrifood systems: A Franco-Italian contribution to the debates over alternative food networks in rural areas. *Journal of Rural Studies*, 68, 159-170.
- Leite, D. C., & Teles, E. C. P. V. D. A. (2020). Comercialização de produtos agroecológicos a partir de circuitos curtos: a experiência das feiras agroecológicas de Recife, Pernambuco. *EXTRAMUROS-Revista de Extensão da UNIVASF*, 7(2), 026-044.
- Leonard, B., Kinsella, A., O’Donoghue, C., Farrell, M., & Mahon, M. (2017). Policy drivers of farm succession and inheritance. *Land use policy*, 61, 147-159.
- MDA - Ministério da Agricultura. *Agricultura Familiar do Brasil é 8ª maior produtora de alimentos do mundo*. (2018). Disponível em: <http://www.mda.gov.br/sistemda/noticias>
- Mello-Théry de, N. A., & Théry, H. (2020). A geopolítica do COVID-19. *Revista Brasileira de Geografia Econômica*, (17).
- Pereira, V., Brito, T., & Pereira, S. (2017). A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). *Revista Ciências Humanas*, 10(2).
- Pozzebon, L., Rambo, A. G., & Gazolla, M. (2018). As Cadeias Curtas das Feiras Coloniais e Agroecológicas: Autoconsumo e Segurança Alimentar e Nutricional. *Desenvolvimento em questão*, 16(42), 405-441.
- Proença, R. P. D. C. (2010). Alimentação e globalização: algumas reflexões. *Ciência e Cultura*, 62(4), 43-47.

- Rambo, A. G., Pozzebom, L., & Von Dentz, E. (2019). Circuitos curtos de comercialização e novos usos do território: considerações sobre o PNAE e as feiras livres. *Revista Grifos*, 28(46), 9-26.
- Sage, C. (2013). The interconnected challenges for food security from a food regimes perspective: Energy, climate and malconsumption. *Journal of Rural Studies*, 29, 71-80.
- Schneider, S., & Ferrari, D. L. (2015). Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar—o processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 17(1).
- SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Chapecó em Números*, 2018 – Chapecó Empreendedora. Chapecó: SEBRAE. (2018). Disponível em: <https://web.chapeco.sc.gov.br/documentos/Secretarias/Desenvolvimento%20Economico%20e%20Turismo/Chapec%C3%B3%20-%20Cidade%20Empreendedora/Chapec%C3%B3%20-%20N%C3%BAmeros%20Ed%202018.pdf>
- Specht, S., Blume, R., Von Ende, M., & Souza, M. T. M. (2019). É dia de fazer feira na Universidade: análise do perfil do consumidor da Polifeira. *Redes (St. Cruz Sul, Online)*, 24(3), 183-197.
- Triches, R. M., & Schneider, S. (2015). Feeding, Agrifood System, and Consumers: New Connections for Rural Development. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 12(75), 55-75.
- Vale, N. K. A. do, Santana, S. N., de Souza, C. B., & Bottega, D. B. (2020). Circuitos curtos de comercialização de produtos hortifrutigranjeiros em feiras livres no Município de Iporá-GO, Brasil. *Research, Society and Development*, 9(7).
- Zou, B., Mishra, A. K., & Luo, B. (2018). Aging population, farm succession, and farmland usage: Evidence from rural China. *Land Use Policy*, 77, 437-445.